

D.2. Libros electrónicos: una realidad emergente

Por José-Antonio Cordón

17 diciembre 2009

Cordón, José-Antonio. "Libros electrónicos: una realidad emergente".
Anuario ThinkEPI, 2010, v. 4, pp. 130-138



Resumen: Después de unos años de fracasos y vacilaciones, los libros electrónicos han consolidado su presencia en el mercado representando un segmento cada vez más importante del sector editorial. Este despegue obedece a varios factores: la definitiva implantación de la edición electrónica como parte consustancial de la producción de contenidos, fundamentalmente en el ámbito científico y en el de las obras de referencia, las mejoras tecnológicas y de prestaciones en los dispositivos de lectura, así como la variedad de estos, la oferta cada vez más amplia y diversificada de catálogos de obras desarrollados por editoriales de todo tipo, y la receptividad hacia los nuevos medios manifestada por el público lector. A pesar de esto son varios los problemas que el sector ha de resolver para que esta tendencia se consolide definitivamente, principalmente los relacionados con los formatos y con la gestión de los derechos electrónicos.

Palabras clave: Libros electrónicos, Dispositivos de lectura electrónica, Edición Electrónica.

Title: E-books: emergent reality

Abstract: After years of failures and hesitations, electronic books have consolidated their market presence, representing an increasingly important segment of the publishing sector. This launch is due to several factors: implementation of the electronic edition as an inseparable part of content production, primarily in science and reference works; technological improvements, advantages, and greater variety in reading devices; an increasingly large and diverse catalog of works developed by publishers of all kinds; and the responsiveness to new media demonstrated by the reading public. Despite this, there are several problems, mainly related to format and to management of electronic rights, that the industry must resolve to ensure that this trend will continue permanently.

Keywords: e-Book, e-Book reader, Electronic publishing.

2009 CONCLUYÓ confirmando una profecía autocumplida, manifestada hace tiempo por algunos miembros del sector editorial: el libro electrónico se erigirá en la estrella de los nuevos medios de transmisión del conocimiento.

Efectivamente, después de algunos años de vacilaciones, iniciativas dudosas, prospecciones tímidas y modelos de negocio poco pensados o desarrollados, la eclosión del libro electrónico es una realidad inobjetable.

Existen múltiples definiciones de libro electrónico (Rao, 2005; Doctorow, 2004; Berube, 2005; Kang, 2009). Puede considerarse una versión digitalizada de un libro para visionarlo sobre un dispositivo electrónico determinado. Se puede aplicar el concepto tanto a cualquier obra legible en pantalla como al dispositivo lector. Otras definiciones se centran en cualquier forma de fichero en formato digital que pueda descargarse en dispositivos electrónicos para su posterior visualización.

“La edición-e experimentó en España en 2007 un aumento del 88,2% respecto 2006, incremento que fue sostenido en 2008”

En definitiva se trata de un archivo digital que precisa de un elemento adicional para su visionado, el dispositivo lector, que debe contener un software adecuado para la lectura del documento.

Una idea de la importancia que ha alcanzado el fenómeno en estos últimos meses en España la puede dar el hecho de que la *Fundación del Español Urgente* se pronunció en noviembre de 2009 sobre el uso correcto de los términos *e-book* y *ebook reader*, recomendando el empleo en español de “libro electrónico”, “libro digital” o “ciberlibro” para los e-books y de “lector de libros



Figura 1. Kindle (fuente: Amazon)

electrónicos”, “lector de libros digitales” o “lector de ciberlibros” para los dispositivos lectores.

Los hechos no hacen más que apuntalar esta evidencia. En Estados Unidos se preveía una venta de más de 3 millones de dispositivos de lectura para 2009. *Amazon* y *Sony*, que comercializan respectivamente el *Kindle* y el *Sony Reader*, confiesan haber sido desbordados por las peticiones de venta. La consultora *Forrester Research* calcula que en los próximos años las ventas superarán los 13 millones. En el resto del mundo el fenómeno es similar.

¿Qué ha ocurrido para que se produzca esta explosión? ¿Qué factores han desencadenado este fenómeno?

1. Realidad de alcance planetario

En primer lugar la edición electrónica es una realidad contundente en todos los países del mundo occidental. Si las revistas científicas abrieron el camino consolidándose como paradigmas digitales irreversibles en el ámbito académico, las monografías científicas y las más comerciales, después de varios años de movimientos contradictorios en los que los avances y retrocesos se sucedían al hilo de los éxitos y fracasos tecnológicos, han iniciado un camino que se va afianzando progresivamente. Los datos así lo aseveran.

La ratio de crecimiento en producción y deman-

da de libros electrónicos ha crecido aproximadamente un 20% en los últimos años (**Just**, 2007; **Alvite-Diez; Rodríguez-Bravo**, 2009). *Outsell* (2009) incrementa estos valores al 50% de progresión en los últimos años.

Según la *Association of American Publishers (AAP)*, “E-books saw a 23.6 percent increase from last year with \$67 million in sales and a compound growth rate of 55.7 percent since 2002”. Las estadísticas de ventas aportadas por el *International Digital Publishing Forum (Idpf)*, (2009) confirman esta tendencia de ventas con un crecimiento muy importante en los últimos años.

En España la edición electrónica experimentó en 2007 un aumento del 88,2% respecto al año anterior, incremento sostenido en 2008 (*Panorámica*, 2009). Dentro de ésta la edición de archivos de internet aumentó en un 68,9%, siendo particularmente importante en ciencias sociales y tecnología, donde representan más de un 60%, datos confirmados en este mismo sentido por *El comercio interior del libro* (2009).

2008 fue particularmente importante en el incremento del sector de la creación literaria, que experimenta un crecimiento del 58,3% con respecto al año anterior. En noviembre de 2009 se presentó el estudio “La digitalización del libro en España” (*Dosdoce*, 2009). En él se considera que la digitalización del libro será una de las decisiones más estratégicas de los editores en los próximos meses y que comportará una transformación general de la editorial, de su estrategia de producción y distribución, de sus futuras políticas de marketing y comercialización de sus libros y del mercado.

2. Ya al alcance de los usuarios

En segundo lugar la edición electrónica en general y los libros electrónicos en particular, están llegando de manera natural al usuario final, pudiéndose hablar de que el eslabón final de la cadena editorial, punto sensible y crítico para la implantación de cualquier producto, muestra un grado de receptividad creciente hacia los nuevos productos.

Los estudios desarrollados por *Springer* (2008), *Publishers Communication Group* (2008), *Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research (Ciber)*, (2008) o el *Joint Information Systems Committee (Jisc)*, (2008), confirman este supuesto.

Los usuarios encuestados en diversos ámbitos manifiestan interés en los formatos electrónicos para la consulta de monografías, tanto para fines de estudio y de investigación como para la lectura recreativa, y sostienen su creciente y definitivo uso para los próximos años.

3. Inminencia e inevitabilidad del proceso

En tercer lugar el sector editorial es consciente de la inminencia e inevitabilidad del proceso de migración o de sustitución parcial si no completa de un modelo por otro. En la última feria de Frankfurt se efectuó una encuesta a 1.000 expertos del sector de 30 países, quienes concluyeron que en 2018 la edición digital superará a la clásica.

La encuesta llegó a otras conclusiones interesantes para el sector: en China la edición digital se multiplicará por 3 en los próximos años, rompiendo el monopolio de Estados Unidos; *Google*, *Amazon* y los propios consumidores llevarán el libro digital a superar al libro clásico en 2018; la venta de libros por internet ha sido elegida como el hito más importante de la historia de la edición en los últimos 60 años.

“El sector editorial es consciente del proceso de migración o de sustitución de un modelo por otro”

Un signo de estos cambios es que la *Feria del Libro de Frankfurt* dejará pronto de ser *Book Fair* para ser *Media Fair*, debido al empuje de los soportes digitales. En España se ha celebrado en noviembre de 2009 la primera feria del libro digital en la que editoriales digitales como *Publidisa*, *Leer-e*, *Grammata*, *Luarna Ediciones*, *36L Books*, *Edicat*, *Liceus*, *Soopbook*, *Biblio 3000* y *Bubok*, mostraron mediante stands, mesas redondas, talleres, etc., experiencias, contenidos y dispositivos relacionados con el libro digital y con toda su cadena de valor así como nuevas fórmulas

educativas, artísticas y productivas propiciadas por el libro digital.

Importantes organizaciones, instituciones y redes sociales especializadas que cumplen una labor prescriptora, como la *Biblioteca Nacional*, la *Asociación de revistas digitales de España (Arde)*, la *Asociación española de responsables de comunidad (Aerco)*, *Ediciona*, *Literaturas.com*, *Libro de notas*, *Revista de libros*, *Dosdoce.com* e *Ilustrae*, aportaron igualmente una visión integral del potencial que se fragua actualmente bajo la denominación de “industria de contenidos digitales escritos”.

4. Amplia oferta

En cuarto lugar y en consonancia con lo anterior, la oferta de libros electrónicos es cada vez más amplia. Además de *Amazon*, *Sony* o *Barnes and Noble*, que ofertan más de medio millón en sus respectivas tiendas, son numerosos los editores que se han lanzado a la ocupación de un nicho de mercado presumiblemente rentable en muy poco tiempo. En España son varias las empresas que han comenzado a trabajar con los nuevos formatos.

La primera en abrir el fuego ha sido **Carmen Balcells**, la conocida agente literaria. El hecho de que sea una agente literaria quien haya adoptado este tipo de iniciativas responde en cierto modo a las singularidades del mercado español. Mientras que los editores estadounidenses controlan los derechos electrónicos de sus autores, y por tanto pueden negociar cesiones masivas para e-books, en el caso de los autores españoles (cuyos derechos digitales no tienen los editores) esto se convierte en una tarea que hay que hacer autor por autor, o con sus agentes.

El proyecto se denomina *Palabras mayores*. Se trata de una colección de libros de autores españoles e hispano-americanos de renombre editados en forma de e-book, para leer en la pantalla del ordenador, en un dispositivo de lectura o en uno móvil: agenda o teléfono. Hay que tener en cuenta que la agencia de **Carmen Balcells** cuenta con los derechos de los escritores en

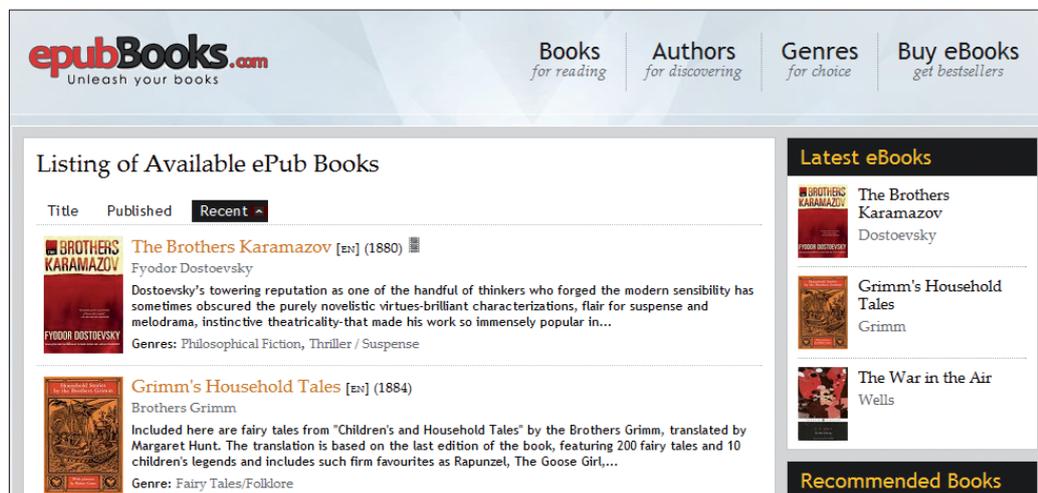


Figura 2. ePubBooks, <http://www.epubbooks.com/>

castellano más importantes: Cortázar, García Márquez, Cela, Vargas Llosa, etc. El acuerdo al que ha llegado con la distribuidora online Leer-e incluye la publicación a través de su web de más de 100 títulos que irán apareciendo en la web de esta empresa con la intención de que para finales de 2009 haya unos 250 ó 300 títulos. En la actualidad se pueden encontrar ya en

venta obras de autores como Bryce Echenique, Vázquez Montalbán, Julio Cortázar, Juan Goytisolo, Rosa Montero, Miguel Delibes, Miguel Ángel Asturias, Camilo José Cela y otros, todos al precio de 5 euros. Los libros se venden en formato *Mobipocket* y *Epub* y están protegidos por *DRM* (*digital rights management*). La empresa permite descargas de prueba de todas las obras.

La editorial catalana *Grup 62* y el *Institut Cambó* también han puesto en marcha una colección de clásicos en formato e-book que representa su primera incursión en el mercado digital. La colección la abren *Tragèdies tebanes* de Sófocles y *La poesia eròtica* de Ovidio, que forman parte de la colección *Biblioteca de Grecia y Roma* de Bernat Merge, en la que editan clásicos greco-romanos en catalán. Los libros están disponibles en *Epub*, *Mobipocket* y pdf, y se comercializan en distintos canales de venta, desde la propia *Grup 62* hasta *Casa del Libro*, *El Corte Inglés* o *Todoebook*, entre otros.

Los precios de venta de libros en formato e-book no varían mucho con respecto a los de papel, y se mantienen en unos estándares altos 19,50€ y 15,60€ respectivamente para *Tragèdies tebanes* y 18 euros y 14,40 para las poesías de Ovidio, lo que representa una desventaja competitiva para estos productos. Aunque la apuesta por la publicación de este tipo de obras es interesante, por ahora adolece de cierta timidez, contando además con el inconveniente añadido de que no están publicitadas de ningún modo en la web de la editorial, donde no existe ningún apartado para los libros editados en este formato. Únicamente los encuentra el lector avisado.

Figura 3. Nook, de Barnes and Noble, <http://www.barnesandnoble.com/nook/>

“Los muchos formatos propietarios dificultan la migración e intercambio entre dispositivos”

Vicens Vives y la cooperativa editorial *Abacus* (cooperativa catalana que posee el 28% de *36Lbooks*, una empresa de distribución editorial digital constituida además por *Cultura 03*) y una serie de inversores privados, también están desarrollando un proyecto de producción y distribución de libros electrónicos. La idea es que en 2010 en las 31 tiendas de *Abacus* sea tan normal comprar un libro digital como uno tradicional.

Finalmente, *Santillana*, *Planeta* y *Mondadori* han creado una plataforma editorial para negociar los derechos para e-books de sus autores.

Además de estas experiencias de grupos grandes y medianos, numerosas editoriales están comercializando libros electrónicos a través de plataformas digitales de venta y distribución. La más importante en España es *Todoebook.com*, perteneciente a *Publidisa*, empresa española de nuevas tecnologías al servicio del mundo editorial. Desde *Todoebook*, cualquier editor o servicio de publicaciones de organismos, instituciones o empresas puede comercializar sus libros en formato electrónico a través de la Red. El formato de los libros es pdf con el *DRM* de *Adobe*. Los libros cuentan con un descuento de un 40% con respecto a la versión en papel, en el caso de que la haya.



Figura 4. Todoebook, <http://www.todoebook.com>

5. Oferta de e-readers

En quinto lugar y no por ello menos importante, hay que mencionar la extraordinaria variedad alcanzada en la oferta de dispositivos de lectura y la mejora permanente en sus prestaciones y diseño. La aparición de la tinta electrónica representó un gran paso: desde unos lectores con pantalla retroiluminada, molestos para la vista, a otros donde el efecto papel conseguido era absoluto.

En la actualidad la calidad de representación, conseguida a través de unos niveles de grises cada vez mayores y la progresiva implantación del color (como ocurre con los últimos dispositivos presentados como el *Nook* de *Barnes and Noble*), han convertido a los mismos en especialmente atractivos para la lectura de todo tipo de textos. Si a esto se le une una capacidad de almacenamiento mayor (de hasta varios miles de libros), un peso menor (en torno a los 200 gr), y unos niveles de conectividad cada vez más elevados, vía wifi o 3G, el éxito de los mismos está garantizado.

Formatos incompatibles

Sin embargo aún quedan varios problemas por resolver. Por una parte está la cuestión del formato: conviven muchos formatos, la mayoría con carácter propietario, lo que dificulta la migración e intercambio de información entre dispositivos y

“Se necesita una oferta de e-books novedosa, rica y variada, a precios competitivos con la edición en papel”

usuarios. Casi todos los fabricantes de dispositivos de lectura los han actualizado para que acepten el formato *ePub*, estándar abierto desarrollado por el citado *International Digital Publishing Forum (Idpf)*. *Sony*, uno de los mayores competidores de *Amazon*, lo incorporó hace tiempo abandonando completamente su formato propietario. *iRex* también ha comenzado a dar soporte a este formato, al igual que *Shortcovers*. *Google* ha puesto a disposición de los usuarios más de un millón de libros gratuitos en este formato.

Derechos de autor y copyright

El citado *DRM (digital rights management)*, el sistema que permite a los editores gestionar los derechos de los libros electrónicos, en la práctica se traduce en el control sobre los usos que se pueda hacer de ellos. Es cierto que el éxito de los modelos comerciales en internet depende en gran medida de los sistemas de protección de los derechos, pero el *DRM* puede estar sujeto a malas prácticas.

No hace mucho *Amazon* retiró de los catálogos bibliográficos de sus clientes las obras *1984* y *Rebelión en la granja*, de George Orwell. La compañía no disponía de los correspondientes derechos de autor y tras la denuncia de sus propietarios se vio en la obligación de retirar los dos libros de los *Kindle* de sus clientes y a devolverles lo que habían pagado por ellos. No quedan claros cuáles son los derechos de los clientes sobre las obras. Si con el libro en papel el lector adquiría derecho sobre la copia, *Amazon* ha puesto de relieve con su actuación que el propietario de un *Kindle* sólo adquiere el derecho de lectura. El problema del *DRM* es que condiciona los formatos abiertos como *ePub*. En el momento en que un libro con formato *ePub* contiene un sistema de *DRM* se suprime su condición de abierto y libre para pasar a depender de las especificaciones del *DRM* que se esté aplicando.

Precios elevados

También está el problema de la oferta y los precios de las obras y de los precios de los dispositivos. Para que el libro electrónico se implante definitivamente es necesario que exista un oferta rica y variada, a precios competitivos con la edición en papel y con un nivel de novedad comparable con ésta. Por otra parte, los precios de los dispositivos han de bajar considerablemente para que su presencia en el mercado final se generalice. En un encuesta realizada entre la población para analizar la penetración y conocimiento de los e-books, los usuarios aducían el poco hábito de lectura y el precio como razones principales para no emplear un dispositivo portátil, y en cuanto a este último, se mostraban dispuestos a pagar una media de 80 euros por dispositivo (*Cocktail Analysis*, 2009).

En las bibliotecas

Finalmente los libros electrónicos y los dispositivos de lectura han de llegar a las bibliotecas y estar sujetos a sistemas de préstamo que faciliten su uso y consulta entre los usuarios. A diciembre de 2009 son muy pocas las experiencias de bibliotecas que los han puesto en marcha (*Biblioteca de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*, *Biblioteca de la Universitat Pompeu Fabra*, *Biblioteca Rector Gabriel Ferraté (UPC)*, *Biblioteca de la Facultad de Informática (UCM)*, *Fundación Germán Sánchez Ruipérez*, etc.), pero las experiencias se irán consolidando a lo largo de 2010. Las bibliotecas venían trabajando en un contexto digital desde que las revistas electrónicas desplazaron al papel en la producción y recepción de contenidos científicos. Ahora es el momento del libro electrónico.

Referencias

Alvite-Díez, Luisa; Rodríguez-Bravo, Blanca. "E-books in Spanish libraries". *The electronic library*, 2009, v. 27, n. 1, pp. 86-95.

Association of American Publishers (AAP). *Industry statistics*, 2009.

http://www.publishers.org/main/IndustryStats/indStats_02.htm

Berube, Linda. "E-books in public libraries: a terminal or termination technology?". *Interlending and document supply*, 2005, v. 33, n. 1, pp. 14-18.

Centre for Information Behaviour and the Evaluation of Research (Ciber). *Information behaviour of the researcher of the future*. 2008.

<http://www.ucl.ac.uk/ciber/ciber.php>

Federación de Gremios de Editores. *Comercio interior del libro*. Madrid, 2009.

Doctorow, Cory. "Neither E, nor books". En: *Papers for the O'Reilly emerging technologies conf*. San Diego, 2004.

Dosdoce. *Digitalización del libro y uso de las redes sociales en el sector editorial*. 2009.

http://www.dosdoce.com/continguts/estudios/vistaSola_cas.php?ID=24

García-Marco, Francisco-Javier. "El libro electrónico y digital en la ecología informacional: avances y retos". *El profesional de la información*, 2008, v. 17, n. 4, julio-agosto, pp. 373-389.

DOI: 10.3145/epi.2008.jul.02

International Digital Publishing Forum (Idpf). *Digital book 2009*.

<http://www.idpf.org/>

Joint Information Systems Committee (Jisc). *National e-books observatory project: results of first user survey*. 2008.

<http://www.jisc.ac.uk/>

Just, Peter. "Electronic books in the USA: their numbers and development and a comparison to Germany". *Library hi tech*, 2007, v. 25, n.1, pp. 157-164.

Kang, Yen-Yu; Wang, Mao-Jiun J.; Lin, Rungtai. "Usability evaluation of e-Books". *Displays*, 2009, v. 30, n. 2, pp. 49-52.

Outsell, Inc. *E-books market size: share and forecast 2009*.

Ministerio de Cultura. *Panorámica de la edición española de libros*. Madrid, 2009.

Publishers Communication Group. *E-books in 2008: are librarians and publishers on the same page?*, 2008.

http://www.pcgplus.com/Newsletter/Issue10/E-Book_Survey_Results.pdf

Rao, Siriginidi Subba. "Electronic books: their integration into library and information center". *The electronic library*, 2005, v. 23, n. 1, pp. 116-140.

Springer. *E-books. Costs and benefits to academic and research libraries*. 2007.

<http://www.springer.com/?SGWID=6-102-0-0-0>

Informes anuales

Situación de la industria de la información

Dick Kaser. State of the information industry – In summation. *Information today*, 18 Dec 2009 <http://www.infotodayblog.com/2009/12/18/state-of-the-information-industry-in-summation/>

¿Cómo ha capeado la industria el difícil año pasado, y cómo se prepara para el 2010?

– Profesionales de la información

Los establecidos como consultores independientes informaron que habían sido los beneficiarios de un aumento de encargos gracias a que muchas empresas externalizaron los trabajos de documentación en 2009, irónico resultado de haber reducido sus plantillas y/o sus recursos internos. En lo positivo, tales profesionales observan que las empresas aprecian cada vez más lo mucho que necesitan la información, el valor de los servicios de información, y el importante papel que desempeñan ellos. Así, pues, el año que termina revela resquicios de esperanza para los profesionales de la información autónomos y para los que buscan nuevos puestos de trabajo en el sector comercial.

– Vendedores

Eran “prudentemente optimistas” sobre el próximo año. La mayoría espera ver cómo han afectado los presupuestos de las bibliotecas para el año 2010 las dificultades económicas de 2009. Según los analistas y observadores de la industria que se encontraban en Londres durante la *Online Information Conference*, las cosas pintan mejor para los proveedores de información médica y de salud, así como los que revenden datos de las administraciones públicas. No obstante, incluso los de la atribulada industria de las noticias prevén que se ponga fin a la espiral de caída de ingresos que experimentaron en 2009.

– Hay diferencias

La mayoría de personas entrevistadas se apresuró a señalar que las condiciones varían tanto por sectores de mercado como por región geográfica. Mientras que los presupuestos para información pueden permanecer reducidos este año en los EUA, algunos fabricantes tienen esperanza en los mercados emergentes. Así, en 2010 muchos proveedores tratarán de crecer en el extranjero mientras EUA se recupera.

– Ayudar a los clientes reducir costes

Otros vendedores destacaron la importancia de la prestación de servicios que ayudan a sus

clientes a reducir costos, aumentar los ingresos, o mejorar la eficiencia. Y un buen número abogó para que los proveedores sean sensibles a las condiciones restrictivas de las bibliotecas y les ofrezcan descuentos para ayudarles a atender a más clientes con menos recursos. Muchos de ellos también subrayaron la importancia de centrarse en servicios que ayuden a las bibliotecas a evolucionar y se conviertan en los centros de conocimiento del mañana. La crisis fuerza la transición del papel al sólo online.

Previsión de la industria: atravesando tiempos turbulentos

Por **Barbara Brynko**

Industry forecast: weathering turbulent times <http://www.infotoday.com/IT/dec09/Brynko.shtml>

Opiniones de **Anthea Stratigos** (*Outsell, Inc.*); **Carl Grant** (*Ex Libris North America*); **Janice Lachance** (*Special Libraries Association*); **Ed Keating** (*The Software & Information Industry Assoc.*); **Scott Peters** (*The Jordan Emiston Group, Inc.*); y **John Blossom** (*Shore Communications, Inc.*).

Futuro de la industria de la información

Se han producido compra-ventas y batallas varias en el mercado:

Google ha adquirido *PostRank* para mejorar un *Feedburner* bastante defectuoso;

Microsoft ha ganado terreno en el mercado de las búsquedas mediante la mejora del ya sofisticado (semántico) *Bing*, y parece que puede adquirir el motor de datos científicos *Wolfram Alpha*;

Google debe atender múltiples quejas por spam de contenidos falsos producidos desde granjas;

Hay una guerra de precios en el mercado del e-book que algunos predicen que ganará *Amazon.com* con su lector *Kindle*.

Mercado mundial de la información

Henry, Harry; Fougnyes, Bertrand. *Information industry market size and share rankings: preliminary 2009 results*, Burlingame, California: *Outsell, Inc.*, 26 Jan 2009, 34 pp. http://www.outsellinc.com/all_segments/products/910

Outsell, Inc., California y Londres, realiza el mejor análisis del mercado mundial de la información gracias a su base de datos con las 7.000 empresas más importantes de este sector.



El informe referenciado aquí presenta las estimaciones preliminares de los ingresos de los editores y proveedores de información durante 2009, así como el crecimiento 2008-2009, que fue negativo: -8,4%. Los valores definitivos se publican en junio.

En total la industria de la información facturó 366 mil millones dólares, y en el informe se detallan 11 segmentos:

1. Publicación de comercio B2B (business to business), ofertas comerciales, e información para empresas
International Data Group, Reed Business, United Business Media, Daily Mail & General Trust, McGraw-Hill Companies, Informa, LinkedIn, Xing...
2. Información sobre empresas
Experian, D&B, Acxiom, infoGROUP, Equifax, Bisnode, Teikoku...
3. Información de crédito y financiera
Thomson Reuters Financial Business, Bloomberg, Standard & Poor's, Experian, The First American Corp., Equifax, D&B...
4. Educación y formación
Pearson Education, Benesse Corp., McGraw Hill Education, Houghton Mifflin Harcourt, Kaplan, Cengage, Lagardere, Promotora de Informaciones (Prisa)...
5. Información sobre recursos humanos
Monster Worldwide, 51job, Dice Holdings, Salary.com, JobStreet.com...
6. Legal, fiscal y normativa
Thomson Reuters Legal Business, Wolters Kluwer, LexisNexis, BNA, Shin-Nippon Hoki Shuppan, Haufe Mediengruppe...

7. Investigación de mercados y de TIC
Nielsen, WPP Consumer Insight, IMS Health, GfK, Ipsos, Gartner, Synovate, Information Resources...

8. Proveedores y editores de noticias
News Corp., Gannett Co., Asahi Shimbun Co., Yomiuri Shimbun; New York Times, The Tribune, Daily Mail & General Trust...

9. Información científica, técnica y médica
Reed Elsevier, Thomson Reuters, Wolters Kluwer, John Wiley & Son, Springer Science, Informa Academic & Scientific, American Chemical Society, IEEE...

10. Buscadores, agregadores y sindicadores
Google, Yahoo!, MSN, Time Warner, NHN Corp., Swets, Ask.com, Baidu.com, Sohu.com...

11. Páginas amarillas y directorios.
AT&T, Yell, Idearc Media, RH Donnelley, PagesJaunes, Seat Pagine Gialle...

De los 11 segmentos cubiertos, sólo tres: Educación y formación, Información científica, técnica y médica; y Buscadores, agregadores y sindicadores mostraron un crecimiento positivo. Los otros tuvieron disminuciones de hasta el 19%. El informe incluye un análisis de las tendencias macroeconómicas, el impacto de la conversión de moneda, y las tendencias de cada segmento.

Anuario del libro infantil y juvenil

Anuario del libro infantil y juvenil 2009.
Madrid: Ediciones SM, 2009, 192 pp.
ISBN: 978-84-675-3466-5



Descargar el anuario (2,1 MB)

http://www.grupo-sm.com/Anuario/Anuario_2009.pdf

Temas tratados:

Cifras y estadísticas, Actividad editorial en catalán, gallego y euskera, Vida social de la LIJ, Actividad editorial en Brasil, Chile, Colombia, Perú, México, República Dominicana, etc.

Sector sin crisis y en firme aumento

Según *Nielsen* este año el sector ha crecido en volumen y en valor. Y las buenas noticias son aún mejores si ponemos el microscopio en la literatura infantil y juvenil (LIJ), ya que encontramos un crecimiento de doble dígito tanto en libros vendidos durante 2008, como en valor total de las ventas.

El mundo del libro ha crecido un 11,6% respecto 2003, pero es de destacar la evolución de la LIJ, que en esos 5 años ha aumentado en un 21%.

La LIJ supone el 11% del mercado del libro. Sin duda alguna, estamos ante un fiable y potente motor del sector.

[...]

El sector editorial ha aprendido a conectar con su público objetivo, entendiendo sus gustos y llevando las obras adecuadas a cada tipo de población.

El crecimiento de la facturación de la LIJ se debe, en parte, al aumento del precio medio de los ejemplares vendidos, que ha tenido la subida más alta desde el año 2003, y ha alcanzando los 9,14 € en el año 2007. La explicación al aumento del consumo, a pesar del mayor coste de promedio por libro, está en el "fenómeno best-seller": una literatura sencilla, accesible, amena, destinada a un consumo masivo pero que, sin embargo, se asocia mayoritariamente con una lectura de calidad.

Además, es innegable que el "fenómeno best-seller" está ayudando a fomentar, extender y normalizar la lectura entre un público, a priori, poco lector.

Otro dato significativo a tener en cuenta es la considerable reducción en el número de ejemplares colocados, dato que no parece tener influencia en las cifras ascendentes de facturación del sector de la LIJ.

Distribución

Las librerías siguen siendo el mayor canal de distribución (aunque desde 2003 van perdiendo terreno poco a poco). Si unimos este dato al de las cadenas de librerías (canal que ha evolucionado de forma notoria en los últimos 5 años), podemos concluir que casi la mitad de la facturación en el mercado editorial se produce en comercios especializados del sector.

Hábitos lectores

En plena era de las nuevas tecnologías, con la explosión de la web 2.0 y las redes sociales, y con la proliferación de los videojuegos, podemos estar satisfechos de que un 54,6% de la población española de 14 o más años se declare lectora, siendo lectores diarios o semanales casi un 74% de los anteriores.

Sin embargo el espacio de crecimiento todavía es grande, ya que el 45,4% de la población declara no leer nunca o casi nunca, un porcentaje que sin duda representa uno de los grandes retos del sector, de cara a su futuro.

El perfil más repetido del lector habitual es: mujer de entre 14 y 24 años, cursa o va a cursar estudios universitarios, y reside en un ámbito urbano. Las mujeres siguen manteniendo unos hábitos lectores más consolidados y asiduos (un 43,2% frente a un 37,5% de lectores frecuentes). Sin embargo, si nos fijamos en los datos de intensidad lectora, encontramos una mayor paridad entre ambos géneros: leen 13 o más libros al año un 14,1% de los hombres y un 13,5% de las mujeres.

[...]